

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE
NALOŽBENA POLITIKA V SLOVENSKEM TURIZMU

Ljubljana, avgust 2019

ANJA PUC

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Anja Puc, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Naložbena politika v Slovenskem turizmu, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem mag. Miho Bratcem

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne _____

Podpis študentke: _____

KAZALO

UVOD	1
1 NALOŽBENA POLITIKA V TURIZMU	2
1.1 Naložbe	2
1.2 Naložbe v turizmu in njihovo stimuliranje	2
1.3 Naložbene odločitve in metodologija naložbenih ocen.....	3
1.4 Kapitalski količnik	4
1.5 Sodobni viri financiranja.....	5
2 FAKTORJI, KI ZAVIRAJO NALOŽBE	6
2.1 Zaviralni faktorji znotraj Evropske unije	6
2.2 Zaviralni faktorji v slovenskem naložbenem okolju.....	8
2.3 Glavni dejavniki, ki zavirajo naložbe v sektorju turističnih nastanitev	8
3 NALOŽBENA POLITIKA V SLOVENSKEM TURIZMU	9
3.1 Zgodovina naložbene politike v slovenskem turizmu	9
3.2 Struktura naložb in sredstva v slovenskem turizmu	13
4 PRIMERJAVA S HRVAŠKO IN AVSTRIJO	15
4.1 Osnovni turistični podatki za Slovenijo, Hrvaško in Avstrijo za leto 2018	15
4.2 Primerjava glede na Indeks konkurenčnosti na področju turizma za leto 2017.....	16
4.3 Primerjava naložbenih politik Slovenije, Hrvaške in Avstrije	19
4.4 Primerjava upravljanja in financiranja naložbene politike v Sloveniji, Avstriji in na Hrvaškem	20
5 UGOTOVITVE GLEDE ANALIZ NALOŽBENE POLITIKE	23
SKLEP	25
LITERATURA IN VIRI	25
PRILOGE.....	27

KAZALO TABEL

Tabela 1: Ovire pri tipologiji naložb znotraj EU	6
Tabela 2: Pregled dokumentov za podporo razvoja slovenskega turizma skozi čas od osamosvojitve naprej.....	10

Tabela 3: Predvidena finančna sredstva za uresničevanje Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021	13
Tabela 4: Nekateri kazalniki na področju turizma za Slovenijo, Hrvaško in Avstrijo (2018).....	15

KAZALO SLIK

Slika 1: Kdaj sprejeti naložbeno odločitev glede projektov v turizmu	4
Slika 2: Pomembnost ovir na področju investiranja v Sloveniji – povprečne ocene na lestvici 1–5 (1 – nepomembno, 5 – zelo pomembno).....	8
Slika 3: Grafični prikaz Indeksa konkurenčnosti 2017 za Slovenijo, Hrvaško in Avstrijo	17
Slika 4: Prikaz organiziranosti slovenskega turizma	21

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Podatki glede na indeks konkurenčnosti za leto 2017	1
Priloga 2: Predvidena finančna sredstva za nastanitve, turistično infrastrukturo in naložbe glede na strateško obdobje 2017- 2021 v Sloveniji.....	3

SEZNAM KRATIC

ang. – angleško

ANTO – Avstrijska nacionalna turistična organizacija

BDP – Bruto domači proizvod

DMO – (ang. Destination management organization); Destinacijski management

EU – (ang. European Union); Evropska unija

EUR – Euro

MCC – (ang. Marginal cost of Capital); Mejni stroški kapitala

MGRT – Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo

MSP – Mala in srednje velika podjetja

RS – Republika Slovenija

TNI – Tuje neposredne investicije

USD – (ang. United States dollar); Ameriški dolar

WTO – (ang. World Tourism Organization); Svetovna turistična organizacija

UVOD

Turizem je že od nekdaj predstavljal pomemben del življenja vseh civilizacij. V današnjem času se je tudi zaradi vpliva globalizacije zakoreninil v življenje vseh ljudi, saj se njegov vpliv kaže na vseh korakih našega delovanja. Današnji življenjski tempo narekuje nenehno aktivnost, zato je turizem pravzaprav postal potreba ljudi, na nas pa zaradi velikega obsega dejavnosti vpliva posredno ali neposredno. Svetovna turistična organizacija (ang. World Tourism Organization, v nadaljevanju WTO, 2011, str. 1) ga označuje kot »dejavnost oseb, ki potujejo in bivajo v krajih izven svojega običajnega okolja, največ za eno leto, v prostočasne, poslovne in druge namene.«

Da pa se turizem in z njim povezane dejavnosti sploh lahko izvajajo na določenem sprejemljivem nivoju, je seveda treba tako ali drugače urediti infrastrukturo, vlagati je treba v usposabljanja delovne sile itd., za vse to pa je nujna cela vrsta naložb v razne projekte.

Slovenski turizem je uspešen in kot kažejo podatki, napreduje. To dokazuje tudi indeks konkurenčnosti slovenskega turizma. Vendar pa obstaja mnogo ovir prav v okviru naložbene politike in zaviralnih faktorjev, ki preprečujejo, da se turizem še bolj razvija in tako pristane pri uspešnejših v regiji. Te v nadaljevanju tudi posebej opredeljujem.

V svoji zaključni nalogi zato preučujem predvsem s turizmom povezano naložbeno politiko, saj se mi ta zdi ključ do uspeha, če želimo uspešen in obenem trajnostno naravnan turizem. Glede na to, da turizem za časa po osamosvojitvi s strani vlade v Sloveniji ni bil med prednostnimi nalogami, je temu primeren tudi zaostanek glede naložbene politike za vsemi vodilnimi turističnimi destinacijami. Stanje se je precej izboljšalo po letu 2010, ko je država turizem označila kot enega izmed najpomembnejših gospodarskih sektorjev, torej gonilno silo, in mu tako namenila več pozornosti, seveda pa je kljub bojazni zaradi vdora tujega kapitala veliko pripomogel tudi vstop Slovenije v Evropsko unijo (ang. European Union, v nadaljevanju EU) v letu 2004, predvsem zaradi večje standardizacije in dejstva, da so nam takrat bila omogočena tudi določena sredstva iz Unije.

Če so pogoji za investiranje preveliki in naložbene ovire prezapletene (administrativne ovire, razdrobljen trg, dostop do finančnih sredstev itd.), se bodo investitorji po navadi, po temeljiti predhodni oceni naložb, najverjetneje odločili za zavrnitev takih projektov in raje investirali drugam. Prav zato v zaključni nalogi raziskujem, kaj pravilno delajo države, ki imajo vrhunske investicijske politike, nadalje, katere so največje ovire v slovenskem poslovnem okolju in v turističnem sektorju znotraj njega ter kako lahko te ovire odpravimo.

Kot primerjalni državi glede naložbene politike sem izbrala Hrvaško in Avstrijo. Slednjo predvsem zaradi dejstva, ker se nahaja v samem vrhu v Evropi, pa tudi Hrvaška ni daleč za njo. Na podlagi Indeksa konkurenčnosti turizma 2017 sem naredila analizo, kje Slovenija

zaostaja za izbranimi državama, kje ima potenciala na podlagi naložbenega okolja in kje je še prostor za napredovanje.

1 NALOŽBENA POLITIKA V TURIZMU

1.1 Naložbe

S turizmom povezane naložbe lahko razvrstimo na:

- kapitalske ali finančne naložbe,
- zasebne ali javne naložbe ter
- domače ali tuje naložbe.

Kapitalske naložbe so usmerjene predvsem v generiranje dolgoročnih out-putov, ki vplivajo na povečanje blaga in storitev. To so recimo naložbe v tovarne, razne naprave, opremo itd. Na drugi strani imamo finančne naložbe, ki so kratkoročne narave in se na finančnih trgih pojavijo z namenom pridobitve obresti ali dividend od denarnih sredstev, ki niso namenjena kapitalskim naložbam. Obe vrsti naložb se izvajata tako v zasebnem kot tudi v javnem sektorju (Dwyer, Forsyth & Dwyer, 2010, str. 460–462).

Za podporo rasti in razvoja turizma so nadalje ključnega pomena tako zasebne kot tudi javno financirane naložbe, saj lahko pripomorejo k razširitvi zmogljivosti ter ohranjanju in izboljšanju sedanje infrastrukture (World Travel and Tourism Council, 2015, str. 11–14). Zasebne naložbe izvajajo zasebna podjetja, navadno s ciljem, da bi v prihodnosti povečala zmogljivost in v končni vrsti svoj dobiček. Javne naložbe pa so po navadi v rokah vlade, največkrat namenjene infrastrukturnim delom, subvencijam ter nepovratnim sredstvom (Dwyer, Forsyth & Dwyer, 2010, str. 462).

Ekonomska teorija glede tujih naložb nima skupnega jezika. Po eni strani empirični dokazi kažejo, da imajo tuje neposredne investicije (v nadaljevanju TNI) koristen vpliv, predvsem na države v razvoju ter kažejo njihovo napredno razmišljanje, nasprotno pa drugi empirični dokazi kažejo, da TNI lahko predstavljajo tveganja in odražajo šibkost državnih institucij in ne njihove moči (Loungani & Razin, 2001).

1.2 Naložbe v turizmu in njihovo stimuliranje

V primeru, da prihaja do neoptimalnih ali družbeno nezaželenih rezultatov, je poseganje države na ta področja popolnoma dovoljeno in smiselno. Z zakonodajno in izvršilno močjo, znotraj parlamenta, vlade ali uprave lahko ta posega v državno politiko, če so razlogi ekonomski, socialni, ekološki ali politični. Glede na to, da turizem narodnemu gospodarstvu prinaša, poleg negativnih, vrsto pozitivnih vplivov, med katerimi lahko najdemo vpliv na neposredno prilivanje in odlivanje deviznih sredstev v gospodarstvo ter

pri slednjih posledično protiinflacijski vpliv, nadalje vpliv na zaposlovanje itd., lahko država s spodbudami in ukrepi tudi na področju naložbene politike močno prispeva tako k razvoju samega sektorja, kot tudi celotnega gospodarstva (Mihalič, 2008, str. 243–244).

Vlada pri svojem delovanju uporablja različne intervencije oziroma ukrepe, s ciljem doseči zastavljene politične cilje. Hall (2011) je v svoji študiji oblikovanja koncepta upravljanja raziskoval, kako na te ukrepe vpliva način upravljanja ter ugotavlja, da je najpomembnejši koncept upravljanja na področju politike v turizmu odnos med državnim upravljanjem ter družbeno avtonomijo ali samoregulacijo. Narejena analiza poudarja predvsem pomen tako natančnosti kot tudi doslednosti pri tistih najbolj ključnih konceptih v turizmu in obenem željo po večji enakosti med empirično in teoretično turistično politiko (Hall, 2011).

Vloga vlade pa je v okviru turizma ključnega pomena tudi glede trajnostne naravnosti tega. Prav naložbe in financiranje so tu bistven del, vlada pa lahko s stimuliranjem na področju javnih in zasebnih naložb v namene nižjih emisij ogljika, z izgradnjo turistične infrastrukture, ki podpira gospodarno izkoriščanje virov, s spodbujanjem odgovornega ravnanja z vodami, odpadki ipd. močno pripomore k razvoju turizma, ki bo trajnostno in zeleno naravnano, zato je posredovanje vlade tu zaželeno, če ne nujno potrebno (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2018).

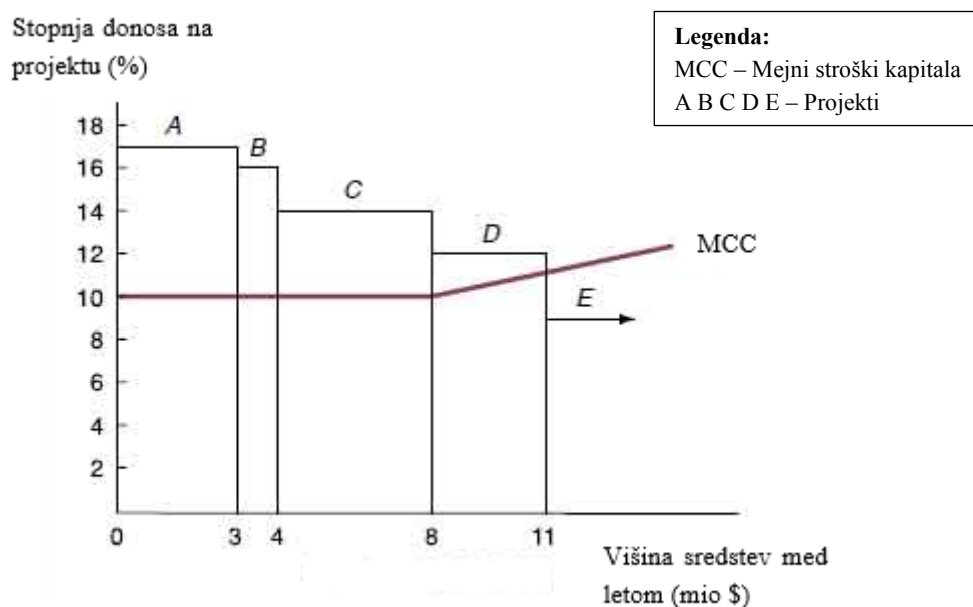
1.3 Naložbene odločitve in metodologija naložbenih ocen

Preden se sprejme naložbene odločitve projektov, je zelo pomembno, da se v prvi vrsti naredi finančno oceno, ki bo pokazala, ali bodo naložbe v te projekte v prihodnosti prinesle donose ali ne. Pri tem je treba upoštevati splošno načelo mejnih stroškov. V sliki 1 so projekti označeni z različnimi črkami, in sicer z A, B, C, D in E. Kot je razvidno, projekt A za izvedbo potrebuje 3 mio USD (prib. 2.654.632 EUR) ter obljublja 17-odstotno stopnjo donosa, nadalje projekt B zahteva 1 mio USD (prib. 884.877 EUR) in daje približno 16-odstotno stopnjo donosa. Teorija pravi, da sta omenjena projekta, vključno s projektom C in D, dobra naložbena odločitev, saj stopnja donosa glede na posamezen projekt presega mejne stroške kapitala (ang. Marginal cost of Capital, v nadaljevanju MCC). Nasprotno pa teorija odsvetuje investiranje v projekt E, saj je – kot je razvidno iz slike 1 – stopnja donosa na projektu tu manjša od mejnih stroškov kapitala (Dwyer, Forsyth & Dwyer, 2010, str. 464–465).

Naložbena politika v turizmu je torej usmerjena predvsem v različne projekte, ki se navezujejo na mnogo področij znotraj turizma. Ker so investicije v te projekte navadno visoke, nosi investitor (ki je lahko zasebni ali javni sektor) veliko finančno odgovornost, hkrati pa se mora zavedati in seveda upoštevati tudi zunanje vplive ali eksternalije. Prav zaradi tega je pravo mero pozornosti treba nameniti pravilni in zadostni predhodni oceni naložb v projekte, ki se jih lahko oceni z makro in mikro vidika, pri čemer se pri slednjih v obzir vzame le koristi in stroške, ki jih nosijo investitorji, makro slika pa je nekoliko

različna in širša, saj se stroški in koristi tu upoštevajo drugače. Zagotovo pa je izjemnega pomena upoštevanje skupnega učinka, ki ga projekt prinaša (Tisdell, 2013, str. 393–394).

Slika 1: Kdaj sprejeti naložbeno odločitev glede projektov v turizmu



Vir: Dwyer, Forsyth & Dwyer (2010, str. 465).

1.4 Kapitalski količnik

Ob oblikovanju turistične ponudbe so visoke investicije neizbežne, saj je v prvi vrsti treba zgraditi sekundarno turistično ponudbo (osnovno infrastrukturo, turistično infrastrukturo, turistično superstrukturo), torej vrsto objektov, kot so hoteli, zdravilišča, ceste, ter obenem urediti tudi turistične agencije. Sčasoma je v vse omenjeno treba vlagati z namenom vzdrževanja ter turistom omogočiti dostopne osnovne kulturne in naravne privlačnosti. V začetnih fazah so nujne predvsem nerentabilne naložbe, pri katerih pa se vložena sredstva obrnejo šele dolgoročno ter posredno, na račun urejenosti in privlačnosti destinacije. Ker se turistično povpraševanje nenehno spreminja zaradi različnih dejavnikov, kot so vojne, naravne katastrofe itd., so za podjetja pomembni tudi relativno visoki rezervni skladi (Mihalič, 2008, str. 170–180).

Ko ocenjujemo, ali so te naložbe bile uspešne, se za merjenje uporablja kapitalski količnik v turističnem gospodarstvu. Izračun povprečnega kapitalskega količnika temelji na razmerju med tem, koliko kapitala je vložena, ter kakšen je rezultat glede na vložek v določenem časovnem obdobju. Kapitalski količnik definiramo s sledečo enačbo:

$$R = \frac{K(t)}{Y(t)} \quad (1)$$

pri čemer R predstavlja povprečni kapitalski količnik, $K(z)$ vložek kapitala v določenem časovnem obdobju t ter $Y(t)$ rezultat oz. produkt v določenem časovnem obdobju t . Če je vrednost kapitalskega koeficienta nižja, se predpostavlja, da to ugodno vpliva na povečanje gospodarske rasti. Povprečni kapitalski koeficient nam pove, kakšno je razmerje med letnimi investicijami ter letnim povečanjem bruto domačega proizvoda (v nadaljevanju BDP). Če vrednost koeficienta znaša 10, to pomeni, da je treba investirati 10 enot kapitala, če želimo, da se ustavi ena dodatna enota BDP-ja. Analiza kapitalskega koeficienta nam tako primerja koeficient v sektorju turizem s celotnim gospodarstvom. V primeru, da je povprečni kapitalski koeficient v turističnem gospodarstvu nižji od tistega v celotnem gospodarstvu, to pomeni, da je turizem pospeševalec gospodarske rasti celotnega gospodarstva, saj znižuje vrednost kapitalskega količnika v gospodarstvu (Mihalič, 2008, str. 180–182).

Kapitalski količnik je tako zelo tesno povezan z gospodarstvom in stopnjo njegove razvitosti. Razvoj turizma je glede na kapitalski količnik posledično mogoče razdeliti v tri faze. Prva faza predstavlja začetni ali spontani razvoj turizma, druga faza predstavlja zavesten razvoj turizma, tretja faza pa predstavlja razviti turizem (Mihalič, 2008, str. 180–182).

1.5 Sodobni viri financiranja

Za razvoj turizma je potrebno, da države spodbujajo naložbe in financirajo v različne oblike turizma. Potrebno je spodbujanje zasebnih naložb in vključitev različnih trajnostnih in okolijskih meril v javno financiranje ter spodbujanje odgovornejših poslovnih praks v turizmu. Financiranje pa lahko vključuje dolžniško financiranje, kamor spadajo posojila, mini obveznice in zelene obveznice, ki se nanašajo na okolje in klimatske spremembe. Možne oblike financiranja so še kapitalski in hibridni instrumenti z možnostjo dolžniškega ali množičnega financiranja ter Fintech inovacije finančnega sektorja. Fintech inovacije so povezane z inovativno uporabo informacijske in internetne tehnologije finančnega sektorja, ki poskušajo zmanjševati stroške izposojanja in transakcij. Sem uvrščamo predvsem pametne pogodbe, algoritme učenja in blockchain (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2018). Slovenija je glede Fintech inovacij še zmeraj v ozadju, če jo primerjamo z drugimi evropskimi državami; slovenskim podjetjem namreč na tem področju manjka predvsem podpora države in regulatorjev (Vidmar, 2016).

Množično financiranje (angl. Crowdfunding) je novejši način financiranja, ki predstavlja nasprotje tradicionalnemu financiranju ter se ga lahko uporablja tudi v turizmu. Pri tej obliki financiranja gre za pridobivanje finančnih sredstev preko spleta v obliki darovanja denarja ali pa v zameno za končni izdelek oziroma druge oblike denarnih ter nedenarnih nagrad. Beier in Wagner (2014) sta preučevala vpliv uspešnosti množičnega financiranja turističnih projektov v Švici in ugotovila, da na uspeh takšnega financiranja vplivata število pobudnikov in nacionalna valuta predstavljenega projekta. Dokazano pa je bilo

tudi, da uporaba različnih fotografij in videoposnetkov turističnega projekta na platformi za množično financiranje ne kaže nobenega učinka na povečanje ali zmanjšanje financiranja porabnikov platforme (Beier & Wagner, 2014).

V Sloveniji je oblika množičnega financiranja različnih projektov dobro poznana. S pomočjo iniciative imenovane Slovenian Crowdfunding se je do sedaj s pomočjo crowdfundinga zbralo že več kot 10 milijonov finančnih sredstev za razne podjetniške projekte. Takšna oblika financiranja je namreč postala v času krize bančnega sektorja zelo dobrodošla (Borštnik, 2017).

2 FAKTORJI, KI ZAVIRAJO NALOŽBE

2.1 Zaviralni faktorji znotraj Evropske unije

Po koncu svetovne gospodarske krize je okrevanje EU med drugim tudi zaradi umirjene investicijske aktivnosti bilo počasno, kar je seveda pustilo neko nestabilnost v gospodarski blaginji. Za optimalno dolgoročno doseganje slednje bosta znotraj Unije med drugim v prihodnosti zato pomembno vlogo igrala dva faktorja, in sicer v prvi vrsti to, da se bodo prerazporedila sredstva za povečanje konkurenčnosti, ter nadalje to, da se bo ustvarilo prave pogoje za investiranje. Prav naložbene ovire, torej nepravi pogoji za investiranje so tisti, ki lahko vodijo do upočasnjevanja in zmanjševanja naložb v gospodarstvo, kar posledično dolgoročno lahko preprečuje gospodarsko rast. V okviru IPE – Investicijskega načrta za Evropo zato Evropska komisija podpira pametnejšo uporabo novih in obstoječih finančnih virov, zagotavlja preglednost in pomoč pri naložbenih projektih ter poskuša delovati v smeri odpravljanja naložbenih ovir (European Investment Bank, 2016).

Leta 2016 je Evropska investicijska banka predstavila, katere so tiste največje pomanjkljivosti glede naložbene politike znotraj Unije. Kot je razvidno iz spodnje tabele 1, se je analiza osredotočala na stroške, povezane z naložbami, z njimi povezana tveganja ter kakšen vpliv ima glede naložbenja konkurenca na trgu. Omenjeni dejavniki so znotraj analize bili razvrščeni v štiri kategorije, in sicer glede na vpliv uredb, velikost in strukturo trga, omejitve javnega sektorja ter dostopa do financ.

Tabela 1: Ovire pri tipologiji naložb znotraj EU

	Stroški	Tveganja	Ovire konkurence
Regulative	regulativna bremena, upravni postopki; regulativna razdrobljenost	regulativna negotovost	ovire za vstop na trg in izhod ter spodbude v sektorjih
Velikost in struktura trga	razdrobljenost trga	pomanjkanje standardov	implementacija konkurenčnega prava in politike

se nadaljuje

Tabela 1: Ovire pri tipologiji naložb znotraj EU (nad.)

	Stroški	Tveganja	Ovire konkurence
Omejitve javnega sektorja	infrastruktura, učinkovitost in kapaciteta javnega sektorja	slabo načrtovanje projektov in pripravljanih zmogljivosti	posledice javnih naročil
Dostop do finančnih sredstev	stroški financiranja	finančna nestabilnost in nedostopnost do finančnih instrumentov	omejevanje vstopa v nove produktne in geografske trge

Prirejeno po European Investment Bank (2016).

Z regulativami povezani naložbeni stroški so, kot je razvidno iz tabele 1 zgoraj, največkrat povezani s stroški usklajevanja z uredbami, velikokrat v obliki upravnih bremen. Sem spadajo npr. stroški s prilagajanjem poslovnih procesov za izpolnjevanje zahtev ter stroški, povezani z licenciranjem. Pogoste spremembe v regulacijskih postopkih oziroma nestalen način glede tega, kako se izvajajo predpisi, po navadi vodita v to, da se močno poveča negotovost in posledično tveganje, povezano s prihodnjimi koristmi vlaganja in nenazadnje samimi stroški. Prav tako pa predpisi vplivajo na to, katera podjetja lahko na določen trg sploh vstopijo, to pa seveda lahko močno omeji konkurenco, kar lahko vodi v povečanje monopolov. Drugo oviro predstavljata velikost in struktura trga, ki na naložbe vplivata skozi več različnih kanalov. Sama velikost trga glede na empirične dokaze pripomore k temu, da pride do večje konkurence ter večjih spodbud za zasebna podjetja, upoštevajoč teorije, da temu ni vedno tako. Povezavo med velikostjo trga in konkurenco je težko opredeliti, vendar večji trgi po navadi privabljajo več prodajalcev in so zaradi tega po navadi bolj konkurenčni kot manjši trgi (European Investment Bank, 2016, str. 7–8).

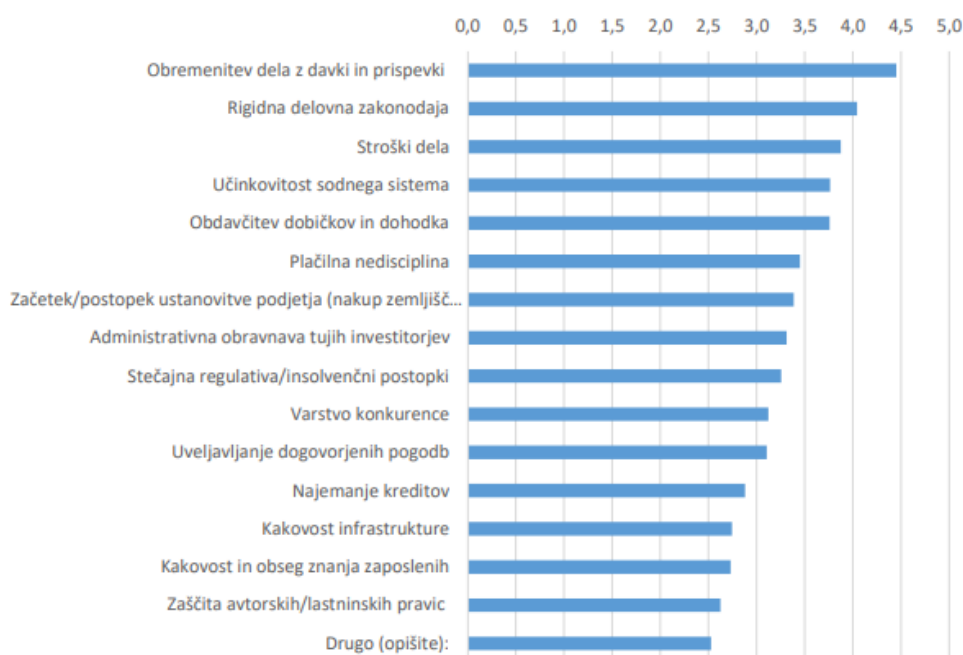
Veliko oviro glede naložbene politike predstavljajo tudi omejitve znotraj javnega sektorja. Predvsem so to omejitve na področju proračuna ali institucionalne neureditve. Javni sektor prek vladne intervencije zato lahko posreduje, da se doseže družbeno zaželeno raven naložb. Tveganja v okviru javnega sektorja so predvsem prisotna glede tega, da se povečajo stroški zasebnih vlagateljev pri vlaganju v tiste projekte, ki jih vodi javni sektor. Ima pa slednji vpliv tudi na raven konkurence, predvsem na lokalnih trgih, največkrat prav tam, kjer je javni sektor pomembni kupec. Skozi analizo ugotavljamo, da zadnje omenjeno področje predstavlja dostop do finančnih sredstev, katerih stroški so ključni, ko se subjekti odločajo glede naložb. Najbolj težavno je to področje za zunanje financerje ter za vlaganja v določne vrste naložb, kot so npr. inovacije. Pri slednjih je dostop do pravih pravzaprav kateregakoli financiranja lahko zelo otežen. Tveganja na tem področju so prisotna predvsem glede stabilnosti samega finančnega sistema ter predvidljivosti javne politike, posebej za področja, ki vključujejo sodelovanje obeh sektorjev. Raven konkurence glede finančnih sredstev in spodbude za naložbe se oblikujejo predvsem z omejitvijo vstopa na določen trg (European Investment Bank, 2016, str. 8).

2.2 Zaviralni faktorji v slovenskem naložbenem okolju

Leta 2017 je bila narejena raziskava, znotraj katere je kot osrednji cilj bil predstavljen vidik spremljanja ovir za tuje investitorje slovenskega naložbenega okolja. Podjetja so izpostavila največje slabosti ter tudi konkretne ovire, ki jim preprečujejo nemoteno poslovanje v Sloveniji. Na nekaterih področjih so ovire zelo podobne oviram iz prejšnje točke, znotraj EU. Kot najpogosteje izpostavljene ovire so podjetja znotraj raziskave navedla: trg dela, kadre, davke in prispevke na plače, uveljavljanje zakonodaje, učinkovitost/usposobljenost javne uprave, majhnost/nefleksibilnost, korupcijo in vmešavanje politike, administrativne postopke ter zemljišča, najemnine in gradnjo. Večino omenjenih ovir naj bi po mnenju podjetij rešili dve stvari, in sicer v prvi vrsti spoštovanje prava ter nadalje uveljavljanje pravne države in nadzora (Jaklič, Koleča & Rojec, 2017).

Slika 2 glede na omenjeno raziskavo prikazuje, kako so tuji investitorji ocenili preučevane ovire in kar 11 preučevanih ovir izmed 16 označili kot pomembne.

Slika 2: Pomembnost ovir na področju investiranja v Sloveniji – povprečne ocene na lestvici 1–5 (1 – nepomembno, 5 – zelo pomembno).



Vir: Jaklič, Koleča & Rojec (2017, str. 34).

2.3 Glavni dejavniki, ki zavirajo naložbe v sektorju turističnih nastanitev

Kljub rasti turizma tudi na mednarodni ravni pa se ta velikokrat sooča z izzivi in ključnimi vprašanji, kako privabiti naložbe in tako doseči napovedano stopnjo rasti turizma. Dwyer, Forsyth in Dwyer (2010) povzemajo nekatere možne ovire, ki lahko zavirajo potencialne

naložbe v **sektorju turističnih nastanitev**. To so (Dwyer, Forsyth & Dwyer, 2010, str. 476–478):

- volatilitnost oziroma nihanje poslovanja (sezonsko povpraševanje, nepremičninski cikli, naravne katastrofe ...),
- premajhne zmogljivosti,
- tveganje, da se ne povrnejo sredstva,
- neenako usklajevanje ciljev upravljalcev in lastnikov,
- pomanjkanje razumevanja potrebe po izobraževanju,
- precenjene in previsoko ocenjene želene naložbe,
- pomanjkanje informacij,
- pomanjkanje likvidnostnih in izhodnih strategij,
- majhen trg,
- nerazvitost neturističnih sektorjev (letalski promet, tuji operaterji ipd.),
- vlagatelje odvrčajo visoki stroški vzdrževanja,
- nesodelovanje vlade,
- usklajevanje med upravitelji skladov in investitorji,
- nizke vstopne ovire,
- nerealna pričakovanja.

3 NALOŽBENA POLITIKA V SLOVENSKEM TURIZMU

3.1 Zgodovina naložbene politike v slovenskem turizmu

Zgodovina naložbene politike znotraj Slovenije se je skozi čas močno spreminjala. Že sredi 19. stoletja je bila zgrajena Južna železnica, ki je povezovala Dunaj in Trst in tako poskrbela za porast potovanj. Večina infrastrukture, ki jo v slovenskem turizmu poznamo danes in je na nekaterih delih precej zastarela, se je ohranila iz druge polovice 20. stoletja, ko se je začela gradnja žičnic, vzpenjač, počitniških domov, hotelov itd. (Repe, 2008). V času pred osamosvojitvijo je v Sloveniji turistični promet dosegel maksimum turističnega obiska, in sicer je ta v letu 1986 znašal kar 9,2 mio nočitev, v primerjavi s tem je slednji v letu 2017 znašal 12,6 mio nočitev (Slovenska turistična organizacija, 2018). Prav zaradi osamosvojitvene vojne je povpraševanje močno upadlo in še dandanes se čuti neizkoriščen potencial od takrat (Mihalič, 2008, str. 58).

Skozi leta od osamosvojitve naprej je Slovenija sprejela pet dokumentov, v katerih je opredeljevala in opredeljuje, kateri ukrepi in cilji naj bi bili na področju turizma potrebni, če ne nujni, da bo ta uspešen. V tabeli 2 vidimo prikaz, kako si je sledil potek teh dokumentov ter nadalje glavne usmeritve vsakega izmed njih.

V začetku leta 1995 je Državni zbor Republike Slovenije (v nadaljevanju RS) v okviru nove države najprej sprejel Resolucijo o strateških ciljih na področju razvoja turizma v Republiki Sloveniji s programom aktivnosti in ukrepov za njeno izvajanje, ta pa je bila del prve Strategije gospodarskega razvoja med obdobjema 1996–2000. Resolucija je med drugim predlagala opredelitev kratkoročnih ekonomskih ukrepov in aktivnosti, z namenom, da se postopoma dosežejo zastavljeni dolgoročni cilji. Za doseganje zastavljenih ciljev naj bi bila potrebna vlaganja v obnovo oz. posodobitev nastanitvenih objektov, izgradnjo manjših podeželskih zmogljivosti, izboljšanje komunikacij ter vlaganja v turistično infrastrukturo, predvsem na območju zimsko turističnih centrov. 450 mio tolarjev (prib. 1,87 mio EUR) je tako bilo predvidenih za takojšnje angažiranje obnove žičnic, zavarovanje naravnega okolja ter umetno zasneževanje, 300 mio USD (prib. 266 mio EUR) pa naj bi bilo namenjenih izboljšanju infrastrukture ter kakovosti prenočitvenih objektov. Nosilci teh ukrepov (Ministrstvo za gospodarske dejavnosti v sodelovanju z Ministrstvom za finance, Obrtno zbornico Slovenije, slovenskimi bankami idr.) naj bi vire za pospeševanje razvoja turizma uporabili za nižje obrestne mere za kredite, sofinanciranje izgradnje infrastrukture v turizmu idr. (Resolucija o strateških ciljih na področju razvoja turizma v Republiki Sloveniji s programom aktivnosti in ukrepov za njeno izvajanje (ReSCPRT), Ur. l. RS, št. 7/1995).

Tabela 2: Pregled dokumentov za podporo razvoja slovenskega turizma skozi čas od osamosvojitve naprej

Ime dokumenta	Avtorji	Datum sprejetja	Glavne usmeritve	Glavni zaviralni faktorji skozi vsa obdobja
Resolucija o strateških ciljih na področju razvoja turizma RS	ReSCPRT (1995)	24. januar 1995	Temeljni namen je bil določitev uresničljivih razvojnih ciljev na podlagi analiziranih prednosti in slabosti v primerjavi s konkurenco ter opredelitev vodenja politike.	zanemarjanje področja t. i. mehkih razvojnih elementov (kot so človeški viri, spodbujanje kreativnosti, kakovosti), administrativne ovire,
Strategija slovenskega turizma 2002–2006	Kovač (2002)	25. julij 2002	Ključne razvojne usmeritve strategije so temeljile na kombinaciji tržno marketinškega, geografskega in produktnega pristopa.	zamuda v procesu privatizacije, šibka naložbena politika zasebnega sektorja, nespodbujanje razvoja novih naložb,
Razvojni načrt usmeritve slovenskega turizma 2007–2011	Uran in drugi (2006)	julij 2006	Vizija razvojnega načrta se je usmerjala na to, da bo Slovenija postala razvita turistična destinacija z raznoliko in kakovostno turistično ponudbo, s poudarkom na krajših počitnicah.	pomanjkanje aktivne naložbene politike turističnega sektorja

se nadaljuje

Tabela 2: Pregled dokumentov za podporo razvoja slovenskega turizma skozi čas od osamosvojitve naprej (nad.)

Ime dokumenta	Avtorji	Datum sprejetja	Glavne usmeritve	Glavni zaviralni faktorji skozi vsa obdobja
Strategija razvoja slovenskega turizma 2012–2016	Vlada Republike Slovenije (2012)	7. junij 2012	Usmeritev strategije je temeljila na trajnostnem pristopu in razvoju ter 5 ključnih usmeritvah v okviru trženja.	
Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021	Konzorcij CPOEF in Horwath HTL (2017)	5. oktober 2017	Usmeritev strategije temelji na tem, da je Slovenija zelena, aktivna in zdrava destinacija za 5-zvezdična doživetja in opredeljuje 6 ključnih razvojnih politik.	

Prirejeno po Konzorcij CPOEF in Horwath HTL (2017); Kovač (2002); Uran in drugi (2006); Vlada Republike Slovenije (2012).

Nadalje je v mesecu juliju leta 2002 bila sprejeta Strategija slovenskega turizma 2002–2006, ki je svoje izhodišče, torej temeljne metodološke pristope, vire in kategorije črpala iz dveh študij avtorjev Vesenjaka in Siršeta iz leta 2001. V strategiji je opredeljeno, da naj bi turistični subjekti za doseganje temeljnih strateških ciljev potrebovali investicije v skupni višini 1,50 mrd EUR, od tega pa naj bi 1,25 mrd EUR bilo namenjenih investicijam v prenočitvene kapacitete, turistično infrastrukturo, promocijo in turistične programe, izključujoč niti sredstev za izgradnjo druge splošne infrastrukture, ki naj bi predstavljala 20 % del investicijskega cikla, torej 250 mio EUR. V omenjenem investicijskem ciklu je bilo predvidenih 80 % zasebnih virov, od tega 75 % domačih in 25 % tujih. Nadalje je bilo predvidenih 10 % javnih virov, od tega 90 % iz državnega proračuna in 10 % lokalnih virov. Zadnjih 10 % pa naj bi predstavljali viri iz EU. V okviru kapitalske strukture naj bi 25 % predstavljala bruto akumulacija, 25 % kapitalske naložbe, 40 % bančni in drugi viri ter 10 % sistemska sredstva države (Kovač, 2002, str. 2–71).

Po izteku tega štiriletnega obdobja je bil sprejet Razvojni načrt usmeritve slovenskega turizma 2007–2011, ki je pomanjkljivost prejšnjih strategij pripisoval zanemarjenju področja t. i. mehkih razvojnih elementov, kot so človeški viri, spodbujanje kreativnosti, kakovosti idr., ter temu pomemben, a nesorazmeren poudarek dal izgradnji fizične infrastrukture. V razvojnem načrtu je tako mogoče zaslediti temeljne koncepte iz prejšnje strategije, ki pa so seveda bili nadgrajeni. Posebej se je razvojni načrt dotikal tudi politike razvoja poslovnega okolja in investicij. Razvojni načrt je predvideval nadaljevanje uresničevanja investicijskega cikla, ki je bil podan že v prejšnji strategiji, vendar z bolj sistemskim pristopom, v višini 1,1 mrd EUR za celotno strateško obdobje. Viri

financiranja so bili predvideni nekoliko drugače kot v preteklem obdobju, in sicer naj bi viri za financiranje investicijskega cikla temeljili najprej na zasebnih virih financiranja skupaj z bančnimi viri v višini 57 %, ostalih 43 % pa naj bi predstavljali javni viri, od tega 13 % sredstva državnega proračuna, 13 % sredstva občinskih proračunov in 17 % sredstva strukturnih in kohezijskih skladov iz EU. Splošni cilj, ki ga je razvojni načrt postavil v ospredje, je bil spodbuditi investicijski cikel v turizmu. To pa naj bi dosegli z različnimi ukrepi, kot so odprava najbolj kritičnih točk v povezavi z izvedbo načrtovanega investicijskega cikla, spodbujanje razvoja javno zasebnega partnerstva, spodbujanje razvoja novih naložb in mnoge druge (Uran in drugi, 2006, str. 5–77).

Razvojnem načrtu usmeritve slovenskega turizma 2007–2011 je v letu 2012 sledilo sprejetje nove strategije slovenskega turizma, in sicer Strategije razvoja slovenskega turizma 2012–2016. Pod ukrepe in aktivnosti je strategija navedla pod posebno razvojno področje tudi zagotovitev ugodnega poslovnega okolja, znotraj katerega je bilo poudarjeno v prvi vrsti predvsem učinkovito sodelovanje na medministrski ravni, z namenom, da bi se optimalno izkoristilo vse politike in finančne instrumente. Med ukrepi so tako navedli hitrejša in enostavnejša postopke za pridobitev raznih dovoljenj (predvsem za gradnjo in obnovo turistične infrastrukture), pregled dokumentov, ki zavirajo razvoj (alokacija finančnih sredstev, delovna zakonodaja itd.), zmanjševanje administrativnih ovir, priprava prostorskih načrtov ter mnoge druge. Sredstva iz EU ter proračunska sredstva so bila skozi strateško obdobje različno razdeljena. Največ jih je bilo predvidenih v letu 2013, in sicer 112.996.490 EUR, najmanj pa v letu 2015, in sicer 45.142.500 EUR (Vlada Republike Slovenije, 2012).

Zadnjo strategijo je Vlada Republike Slovenije sprejela 5. oktobra 2017, in sicer Strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma med letoma 2017–2021. V slednji je predvsem poudarjeno dejstvo, da je naložbena politika poleg premalo valorizirane naravne in kulturne dediščine ter zaostajanja za konkurenco odraz tega, da v zadnjih 25 letih turizem ni bil med razvojnimi prednostnimi nalogami države. Izziv pa zagotovo predstavlja tudi zamuda v procesu privatizacije, ki je vodila v to, da Slovenija nima aktivne državne naložbene politike ter obenem pomanjkanje natančnejše naložbene politike zasebnega sektorja. Naložbena politika poudarja vključevanje in sinergije tako javnih kot tudi zasebnih virov ter nadalje vidi priložnost v spodbujanju javno-zasebnega partnerstva. Pod ukrepe navaja oblikovanje naložbenih promocijskih knjižic, v katerih država strokovno predstavi vsak projekt, tu pa lahko najdemo tudi strateške naložbene projekte, katere naj bi država postavila med prednostna področja in tako omogočila, da se ti projekti nemoteno in hitro izvedejo. Kreditna linija, namenjena turističnim podjetjem naj bi znašala 80 mio EUR, z možnostjo, da se poveča na 160 mio EUR. Nepovratna sredstva za turizem naj bi znašala nekje do 150 mio EUR skozi teh pet let, sredstva pa naj bi se črpala medresorsko s prispevki različnih ministrstev. V okviru Programa za razvoj podeželja je 42,2 mio EUR namenjenih za nekmetske dejavnosti v povezavi z zelenim turizmom ter 34,5 mio EUR v okviru programe LEADER/CLLD (Konzorcij CPOEF in Horwath HTL, 2017).

Na podlagi narejene analize vseh zgornjih petih dokumentov za podporo razvoja slovenskega turizma od osamosvojitve naprej lahko opazimo, da so zaviralni faktorji glede naložbene politike skozi čas sicer bili prepoznani, ni pa vidnega napredka in tako se vse ovire skozi leta nekako samo ponavljajo. Menim, da je najboljša slika prikazana v zadnji strategiji, ki prikazuje dejanske in nove ukrepe glede izboljšanja vidika naložbene politike pri nas.

3.2 Struktura naložb in sredstva v slovenskem turizmu

Slovensko gospodarstvo in znotraj njega sektor turizem se je na področju strukture samih naložb in ovir naložbene politike skozi čas močno spreminjal. Na to je med drugim vplival tudi vstop Slovenije v Evropsko unijo, kljub temu da ta nima neposredne turistične politike. Kar pa je vplivalo in vpliva, je dejstvo, da tu veljajo določene enotne usmeritve in direktive, obenem pa je prisotna tudi standardizacija določenih področij ter večja pravna varnost pri aranžmajih. Predvsem je pomemben vidik prostega pretoka, kar ima velik vpliv na naložbeno politiko, saj so pogoji za investiranje vsaj v neki meri lažji zaradi vseh sporazumov/pogodb in predpisov ter dostopa do sredstev Unije (Repe, 2008).

Na slovenski turizem in znotraj njega naložbeno politiko tega vpliva tudi nedavno vladno sprejetje Zakona o spodbujanju razvoja turizma, ki se dotika spodbujanja načrtovanja in izvajanja razvoja turizma na državni ravni ter na ravni turističnega območja (tj. zaokroženo geografsko območje ene ali več občin z namenom ponujanja integralnega turističnega proizvoda). Med drugim opredeljuje razvojne spodbude Ministrstva, pristojnega za turizem, v namen spodbujanja razvoja turizma, turističnih produktov, projektov, dejavnosti itd. Sredstva, namenjena temu, pa se zagotovijo iz dveh vrst sredstev, in sicer iz namenskih sredstev proračuna RS iz koncesijskih dajatev ter nenamenskih sredstev iz proračuna RS. Zakon med drugim opredeljuje, da je organiziranje, načrtovanje in spodbujanje razvoja turizma na zgoraj opredeljenih turističnih območjih v rokah občin. Sredstva za to pa občine zagotavljajo iz občinskega proračuna, preko dela koncesijskih dajatev ter turističnih taks v znesku do 2,5 EUR (Zakon o spodbujanju razvoja turizma (ZSRT), Ur. l. RS, št. 13/2018).

V tabeli 3 so prikazana predvidena sredstva za strateško obdobje med leti 2017 in 2021 na podlagi Strategije rasti slovenskega turizma 2017–2021. Kot je razvidno, se sredstva med leti povečujejo. Največ je predvidenih sredstev za leto 2020.

Tabela 3: Predvidena finančna sredstva za uresničevanje Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021

Leto strateškega obdobja	2017	2018	2019 (ocena)	2020 (ocena)	2021 (ocena)	Skupaj za vsa obdobja
Skupaj sredstva (€)	17.390.194	26.049.445	26.110.629	27.369.421	23.915.839	120.835.528

se nadaljuje

Tabela 3: Predvidena finančna sredstva za uresničevanje Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021 (nad.)

Leto strateškega obdobja	2017	2018	2019 (ocena)	2020 (ocena)	2021 (ocena)	Skupaj za vsa obdobja
Skupaj povratna sredstva (€)	/	/	/	10.000.000	10.000.000	20.000.000

Prirejeno po Konzorcij CPOEF in Horwath HTL (2017).

Skozi strateško obdobje so sredstva v grobem namenjena za (Konzorcij CPOEF in Horwath HTL, 2017):

- makro regije in turistične produkte,
- institucionalni in pravni okvir,
- nastanitve, turistično infrastrukturo in s tem povezane naložbe,
- prostor, kulturne in naravne vire,
- mala in srednje velika podjetja,
- kadre ter za
- strategijo trženja.

Sredstva, namenjena vsem zgoraj naštetim področjem, so nujna, če želimo imeti tako poslovno okolje, ki bo omogočalo nemoteno poslovanje in posledično investiranje, brez administrativnih in drugih ovir, ki zavirajo naložbeno politiko pri nas. Izobražen in usposobljen kader pa na drugi strani delno vpliva tudi na to, ali se bodo tuji investitorji odločili za izvedbo naložbenih projektov ali ne. Prav zaradi tega je treba pravilno razporediti sredstva med različna področja, saj prav pravilna razporeditev lahko prinaša uspešne rezultate.

Če pa se posebej dotaknemo področja nastanitve, turistične infrastrukture ter s tem povezanih naložb, lahko iz priloge 2 vidimo, kako so skozi strateško obdobje posebej razporejena sredstva za to področje ter katere ukrepe strategija navaja kot tiste najpomembnejše in katerim namenja največ sredstev.

Največ sredstev je v tem strateškem štiriletnem obdobju predvidenih za naslednja področja, in sicer skupaj 400.000 EUR v namene prestrukturiranja hotelskih podjetij v državni lasti, ki vključujejo naložbeni načrt in načrt zapravljanja, oziroma izvedbi podrobne finančne analize na tem področju. Nadalje je 20.000.000 EUR povratnih sredstev predvidenih za oblikovanje naložbene kreditne linije, namenjene turističnim podjetjem, z Ministrstvom za gospodarski razvoj in tehnologijo (v nadaljevanju MGRT) kot pristojnim organom. Skupaj 6.003.600 EUR je predvidenih za zagotovitev nepovratnih sredstev v lokalno razvojno infrastrukturo, 4.503.012 EUR od tega je predvidenih za letošnje leto – 2019. Varstvu

kulturne dediščine, arhivski in knjižnični dejavnosti na področju nepovratnih sredstev na državni, lokalni in EU ravni je predvidenih 24.030.328 EUR.

Nekaj manj sredstev pa je predvidenih za identifikacijo od 15 do 20 ključnih projektov za razvoj hotelov in letališč, in sicer v skupni vrednosti 20.000 EUR ter 10.000 EUR za oblikovanje naložbenih promocijskih knjižic. 150.000 EUR je predvidenih za oblikovanje individualnih master planov za makro regije.

4 PRIMERJAVA S HRVAŠKO IN AVSTRIJO

4.1 Osnovni turistični podatki za Slovenijo, Hrvaško in Avstrijo za leto 2018

Tabela 4: Nekateri kazalniki na področju turizma za Slovenijo, Hrvaško in Avstrijo (2018)

Država	Slovenija	Hrvaška	Avstrija
Glavno mesto	Ljubljana	Zagreb	Dunaj
Velikost države (površina km ²)	20.273	56.542	83.871
Število prebivalcev (/)	2.080.908	4.105.493	8.414.638
Prispevek turizma v BDP (%)	12,3	24,9	15,4
Prispevek turizma k celotni zaposlitvi (%)	12,8	23,3	16,9
Vpliva mednarodnih obiskovalcev na izvozu (%)	7,0	39,6	9,7

Prirejeno po World travel and Tourism Council (brez datuma a, b, c).

Tabela 4 prikazuje ključne kazalnike na področju turizma, ki so v nadaljevanju za vse tri primerjane države podrobneje predstavljeni.

Turizem na Hrvaškem je v razcvetu, število turistov in prihodkov od obiskov teh turistov pa se strmo povečuje. V letu 2018 je hrvaški turizem k celotnemu BDP-ju prispeval kar 24.9 %, kar je indikator, da je turizem tu pomemben sektor v gospodarstvu. Nadalje turizem v višini 23.3 % prispeva k celotni zaposlitvi. Turizem oziroma mednarodni obiskovalci pa predstavljajo kar 39.6 % celotnega izvoza (World travel and Tourism Council, brez datuma b). Turizem glede na te indikatorje predstavlja pomemben del za Hrvaško in je pogonski motor za njeno gospodarstvo.

Nadalje je turizem v Avstriji v letu 2018 k celotnemu gospodarstvu oziroma v BDP prispeval 15.4 %, na zaposlitev pa vpliva nekoliko manj kot na Hrvaškem, in sicer zaposlitve v turizmu v Avstriji predstavljajo 16.9 % od celotnih zaposlitev, potrošnja tujih obiskovalcev pa se v izvozu generira v višini 9.7 % (World travel and Tourism Council, brez datuma a). V letu 2018 je bilo v Avstriji prijavljenih za 3.7 % več nočitev kot leto

prej, in sicer kar 149,8 mio, od tega 110,4 mio nočitev tujih gostov ter 39,4 mio nočitev domačih gostov. Največ tujih gostov je iz Nemčije, Češke in Nizozemske. Največ prenočitev je bilo zabeleženih v hotelih s 5 ali 4 zvezdicami (Statistics Austria, brez datuma).

Turizem v Sloveniji pa je v letu 2018 prispeval 12.3 % k celotnemu bruto domačemu proizvodu. Zaposlitve v turizmu so predstavljale 12.8 % glede na skupno zaposlitev v Republiki Sloveniji, kar je precej manj kot na Hrvaškem in nekaj manj kot v Avstriji. Potrošnja mednarodnih obiskovalcev pa predstavlja 7.0 % celotnega slovenskega izvoza, kar je ponovno v primerjavi s Hrvaško veliko manj (World travel and Tourism Council, brez datuma c), kar pomeni, da so pri nas v ospredju tudi druge industrije (npr. avtomobilska). Leto prej je bilo zabeleženih tudi več kot 12,5 mio prenočitev, od tega skoraj 9 mio nočitev tujih turistov. Največ turistov je bilo zabeleženih iz sosednje Italije, Nemčije, Nizozemske in Hrvaške (Sabljčić, 2018).

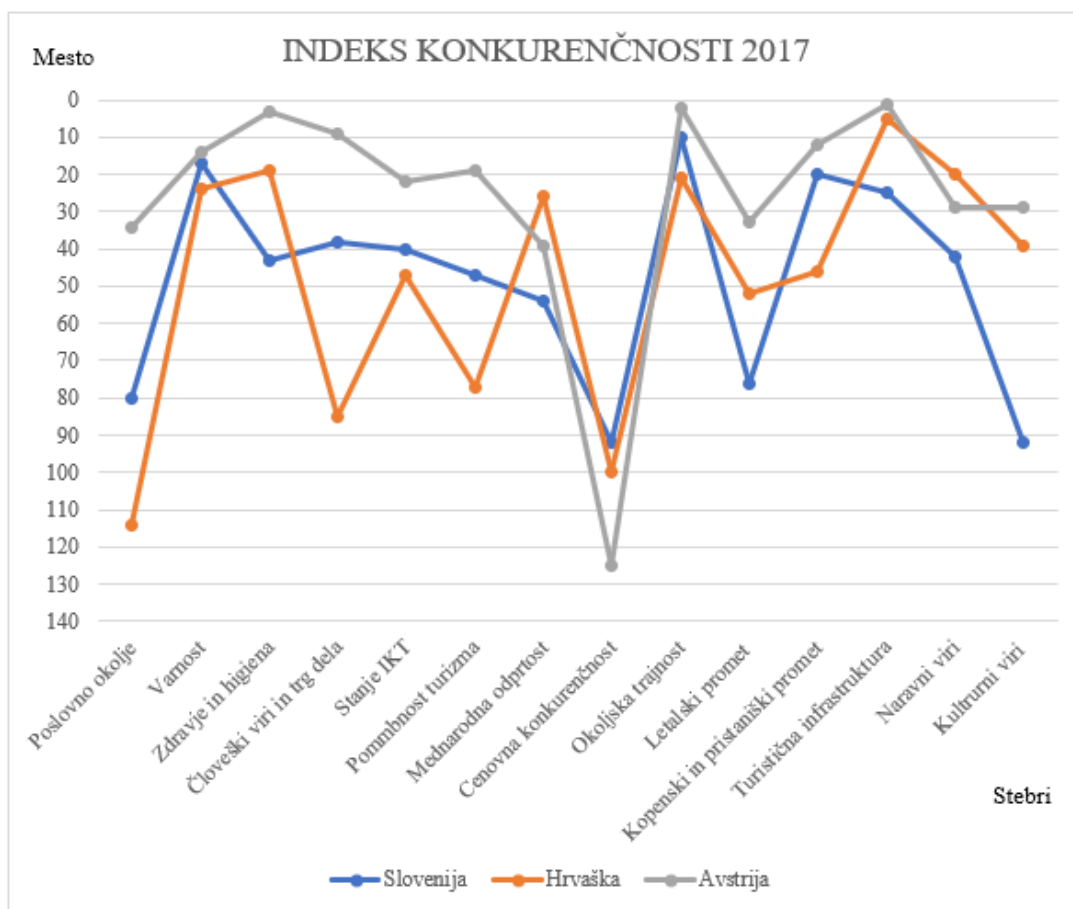
Slovenski turizem se od Hrvaškega in Avstrijskega torej razlikuje glede več področij. Zanimiv je podatek, da glede na popravljene in prilagojene podatke (popravljen za dejavnik velikost države, število prebivalcev) iz leta 2016 pridemo do izračuna, da Avstrija ustvari kar 3-krat več nočitev turistov kot Slovenija ter 2,8-krat več prihodkov od turizma kot Slovenija (Konzorcij CPOEF in Horwath HTL, 2017, str. 174).

4.2 Primerjava glede na Indeks konkurenčnosti na področju turizma za leto 2017

Poročilo glede konkurenčnosti na področju turizma za leto 2017 vsebuje podrobno analizo za kar 136 držav širom sveta, nadalje obsežno bazo podatkovnih tabel ter globalnih lestvic, ki zajemajo kar 90 kazalnikov. Slovenija se je glede na indeks uvrstila skupno na 41. mesto, Hrvaška na 32. mesto ter Avstrija na 12. mesto, pri čemer je na prvem mestu najuspešnejša država (World Economic Forum, 2017).

Slika 3 prikazuje, kako so se glede Indeksa turistične konkurenčnosti za leto 2017 odrezale Slovenija, Hrvaška ter Avstrija glede na posamezne stebre, teh je 14 in so prikazani na vodoravni osi. V prilogi 1 so prikazane podrobnejše razvrstitve teh treh držav glede na podkategorije teh stebrov. V nadaljevanju bom analizirala samo tiste stebre in podkategorije, za katere menim, da imajo vpliv na naložbeno politiko in ki sem jih med teoretičnim delom navedla kot največje ovire, ki lahko vplivajo na naložbeno politiko.

Slika 3: Grafični prikaz Indeksa konkurenčnosti 2017 za Slovenijo, Hrvaško in Avstrijo



Prirejeno po World Economic Forum (2017).

Kot je razvidno iz zgornje slike 3, lahko na določenih mestih opazimo, da glede indeksa konkurenčnosti Slovenija na več mestih predvsem zaostaja za Avstrijo in Hrvaško, na nekaterih mestih pa je uvrščena višje od njiju.

Prvi steber predstavlja poslovno okolje in vključuje mnogo dejavnikov, ki lahko zaviralno delujejo na naložbeno politiko v turizmu (glej točko 2). Ta steber se mi zdi za slednjo velikega pomena, saj poslovno okolje močno vpliva na to, ali se bodo tuji in domači investitorji odločili za naložbe ali ne. Če poslovno okolje vsebuje veliko regulativnih in drugih bremen, se bodo investitorji najverjetneje odločili za druge naložbene projekte. Kot je razvidno iz priloge 1, Slovenija glede zaščite lastninskih pravic vključno s finančnimi sredstvi ter nadalje glede tega, v kolikšni meri pravila in predpisi spodbujajo tuje naložbe (TNI), za Avstrijo kar močno zaostaja, je pa tu bolje uvrščena kot Hrvaška, kar je jasen indikator, da na tem področju ostaja prostor za napredek. Avstrija je nadalje veliko bolj učinkovita pri reševanju pravnih okvirov in sporov, v primerjavi s Slovenijo in Hrvaško je pa tu zopet Slovenija bolje uvrščena kot Hrvaška. Če nadaljujemo s pregledom, se situacija zopet ponovi ob pregledu tega, v kolikšni meri zasebna podjetja lahko »izpodbijajo« pravila in predpise. Hrvaška je glede časa, potrebnega za pridobitev gradbenega dovoljenja

oziroma vseh potrebnih dovoljenj, pregledov in postopkov tu najbolj uvrščena, Avstrija in ponovno Slovenija pa sta daleč zadaj; podobno Slovenija za Avstrijo zaostaja glede stroškov, ki so potrebni za pridobitev gradbenega dovoljenja. Se pa Slovenija dobro uvršča glede prevlade določenih podjetij na trgu ter nadalje glede časa, potrebnega za pričetek posla in stroškov odprtja podjetja. Tako v Sloveniji, kot tudi na Hrvaškem in v Avstriji, davki precej vplivajo na zmanjševanje naložb, saj se glede na druge države, omenjene tri nahajajo na 121., 132. ter 118. mestu.

Drugi steber predstavlja varnost. Kljub temu da znotraj teoretskega dela tega dejavnika nisem nikjer vključila, oziroma nikjer ni bil izpostavljen, se mi vseeno zdi pomemben faktor, ko se investitorji odločajo, ali bodo izpeljali naložbene projekte ali ne. So pa vse tri države zelo visoko uvrščene glede na to, ali kriminal in kazniva dejanja povzročajo stroške podjetjem. Slovenija je tu uvrščena na 14. mesto.

Četrty steber predstavljajo človeški viri in trg dela. Tudi ta steber je za investitorje lahko pomemben dejavnik pri sprejemanju naložbenih odločitev. Obseg usposabljanja zaposlenih je izmed primerjanih držav najbolj prisoten znova v Avstriji, ki se nahaja na 11. mestu. Podjetja na Hrvaškem na drugi strani najmanj vlagajo v usposabljanje in razvoj zaposlenih, saj se je država znašla šele na 120. mestu, Slovenija pa nekje vmes na 47. mestu. Najlažje bodo investitorji kvalificirane delavce našli v Avstriji, najtežje (izmed primerjalnih držav) na Hrvaškem, Slovenija pa se zopet nahaja nekje vmes na 46. mestu.

Pregled šestega stebra – pomembnost turizma se mi zopet zdi ključnega pomena. Šele, ko država turizem postavi med prednostne oziroma strateške naloge gospodarstva, se lahko pričakujeta napredek in nek večji premik naprej. Slovenija turizmu daje izmed vseh treh držav še vedno najmanjši pomen, saj se na lestvici nahaja šele na 98. mestu. Nasprotno pa Avstrija turizmu namenja visoko prioriteto razvoja, saj se je znašla na 21. mestu, sledi pa ji Hrvaška, ki je na 46. mestu. Prav zaradi tega, ker turizem v začetku 90-ih let v Sloveniji ni bil med prednostnimi nalogami, danes ni v optimalnem stanju, kljub temu da je leta 2010 Vlada RS turizem označila kot eno izmed najpomembnejših in prednostnih gospodarskih dejavnosti. Glede na to, kakšni so državni izdatki za turizem, torej kakšen odstotek celotnega vladnega proračuna je namenjenega turizmu, Avstrija ponovno zaseda najvišje mesto, in sicer 39. mesto. Slovenija za njo ne zaostaja veliko, saj zaseda 43. mesto, je pa precej pred Hrvaško, ki je na 116. mestu. Se pa Slovenija visoko uvršča glede kazalnika celovitosti letnih turističnih podatkov, in sicer na 6. mesto, kar nekaj mest pred obema analiziranimi državama. Avstrija in Slovenija pa se visoko uvrščata tudi glede ocene strategije »brandinga«, kar pomeni, da sta strategiji v primerjavi s Hrvaško, ki se nahaja šele na 105. mestu, natančni in dobro opredeljeni.

Dostopnost in urejenost infrastrukture zagotovo tudi imata vpliv na to, ali se bodo investitorji odločili glede sprejetja ali pa zavrnitve naložbenega projekta. Deseti steber tako analizira letalsko infrastrukturo, kjer zaostajamo za obema preučevanimi državama. Nadalje se enajsti steber dotika infrastrukture kopenskega in železniškega prometa. Glede

kakovosti cestne infrastrukture se pričakovano nahajamo na najslabšem mestu, in sicer na 51. mestu. Avstrija je na tem področju najboljša in sodi v sam vrh med vsemi analiziranimi državami v poročilu, saj zaseda 8. mesto. Situacija se bistveno ne spremeni niti glede kakovosti železniške infrastrukture. Položaj se nekoliko izboljša glede kakovosti pristaniške infrastrukture, kjer se Slovenija nahaja na 31. mestu, tako pred Hrvaško kot tudi Avstrijo.

Dvanajsti steber se dotika turistične ponudbe ter same turistične infrastrukture. Glede na kvaliteto slednje, število hotelskih sob na 100 prebivalcev, dostopnosti in drugih, s turistično infrastrukturo povezanih kazalnikov, se ponovno uvrščamo slabše kot drugi dve državi.

Ob preučevanju vseh kazalnikov, ki so se mi zdeli pomembni znotraj teh 14 stebrov, na veliko področjih Slovenija seveda zaostaja za Hrvaško in pa Avstrijo, kar je jasen indikator, da je še veliko manevrskega prostora za izboljšanje in predvsem odpravo določenih ovir znotraj naložbene politike, da bo ta v prihodnje lahko še boljše zaživela. Imamo pa veliko kulturnih in naravnih lepot in odlično priložnost ustvariti boljše pogoje, ne le za poslovanje, temveč tudi za investiranje.

4.3 Primerjava naložbenih politik Slovenije, Hrvaške in Avstrije

Naložbena politika se znotraj Slovenije, Hrvaške in Avstrije seveda razlikuje.

Ključna vprašanja in izzivi glede naložbene politike v Avstriji se nanašajo na spodbujanje naložb in inovacij, usklajevanje zakonodajnega in pravnega okvirja ter trajnostni razvoj. Strateške pobude glede kakovosti, naložb in inovacij so še vedno podprte s strani Avstrijske banke za razvoj turizma, ki upravlja s programi financiranja malih in srednje velikih podjetij (v nadaljevanju MSP) ter nudi ugodna posojila v namen spodbujanja kakovosti, inovativnosti in ustanovitve novih podjetij. S subvencijami tako podpira vodilne turistične projekte, ki temeljijo na sodelovanju deležnikov na ravni destinacije. Zanje ministrstvo, v sodelovanju z EU, zagotavlja sredstva v višini 1 mio EUR letno. Ministrstvo pa je poleg tega v letih 2016 in 2017 pričelo z dajanjem pobud za razširitev in investiranje v turistično ponudbo tudi na podeželju. Glede financiranja mejnik predstavlja zakon o alternativnem financiranju (crowdfunding, tj. množično financiranje), ki je v Avstriji začel veljati z letom 2015. Zakon je tako postavil neke temelje glede alternativnih oblik financiranja, leta 2016 pa je bila ustanovljena platforma za množično financiranje »we4tourism«, z namenom, da se v turizmu razširi možnost dostopa do financiranja (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2018, str. 126–128).

Primarni cilj v okviru slovenskega turizma je na tem področju predvsem povečati konkurenčnost in prepoznavnost ter obenem zagotovitev ugodnega naložbenega poslovnega okolja, kar je podoben vidik kot pri enem izmed ciljev avstrijskega turizma. Sem sodijo regulacija in razvojne spodbude, namenjene naložbenju. Slovenija na področju

alternativnih virov zaostaja za Avstrijo. Nov cikel naložb pa je v Sloveniji med drugim namenjen razvoju turistične infrastrukture zelenih in degradiranih območij, sestavljen tako iz javnih kot tudi iz zasebnih naložb. Prav tako kot Avstrija tudi Slovenija spodbuja razvoj MSP ter nivo konkurenčnosti in produktivnosti teh. Obenem spodbuja tudi naložbe v trajnostne in pa inovativne turistične ideje, ki bodo v skladu s pozicionirano blagovno znamko. Glede na to, da je Slovenija na podlagi potniške infrastrukture od obeh držav najslabše pozicionirana, je znotraj naložbene politike del namenjen tudi k vzpostavitvi novih zračnih, železniških in drugih poti, z namenom izboljšati dostopnost in posledično naložbe glede obnove in gradnje žičnic, kolesarskih omrežij itd. Poudarjene so naložbe v različne vrste infrastrukture, kot so naložbe v turistično-informacijske centre, infrastrukturo za kongresni turizem, obnovo kulturne dediščine in dvorcev itd. (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2018, str. 267–268).

Hrvaški turizem želi v prihodnosti biti globalno priznana turistična destinacija, ki bi obenem bila konkurenčna in privlačna za naložbe. Podobno kot Slovenija je tudi Hrvaška v preteklosti med drugim zaradi ovir znotraj naložene politike v turizmu nekoliko zaostala za najuspešnejšimi državami. Tako kot tudi Slovenija se Hrvaška zaveda, da je do sedaj premalo izkoristila alternativne vire financiranja (greenfield naložbe) v primerjavi z Avstrijo. Na Hrvaškem pa je velik problem predstavljala tudi nedovoljena izgradnja apartmajev, ki je nekako vodila v t. i. prekomerno betonizacijo obale. Skupna vrednost investicijske aktivnosti se do leta 2020 ocenjuje na vrednost okrog 7,0 milijard EUR. Podobno kot so v slovenski strategiji opredeljene naložbene knjižice, lahko tudi v hrvaški strategiji najdemo katalog hrvaških turističnih investicij v različnih fazah, ki vključuje tudi analizo in oceno načrtov za potencialne investitorje. V okviru naložbenega okolja Hrvaška sledi Avstriji predvsem s krepitvijo vloge HBOR (Hrvatska banka za obnovu i razvitak) kot razvojne banke v namene spodbujanja razvojnih projektov. Podobno kot Slovenija tudi Hrvaška teži k maksimalnem izkoriščenju sredstev iz EU ter privatizaciji podjetij v državni lasti, da bi tako spodbudila naložbeno politike (Vlada Republike Hrvatske, 2013).

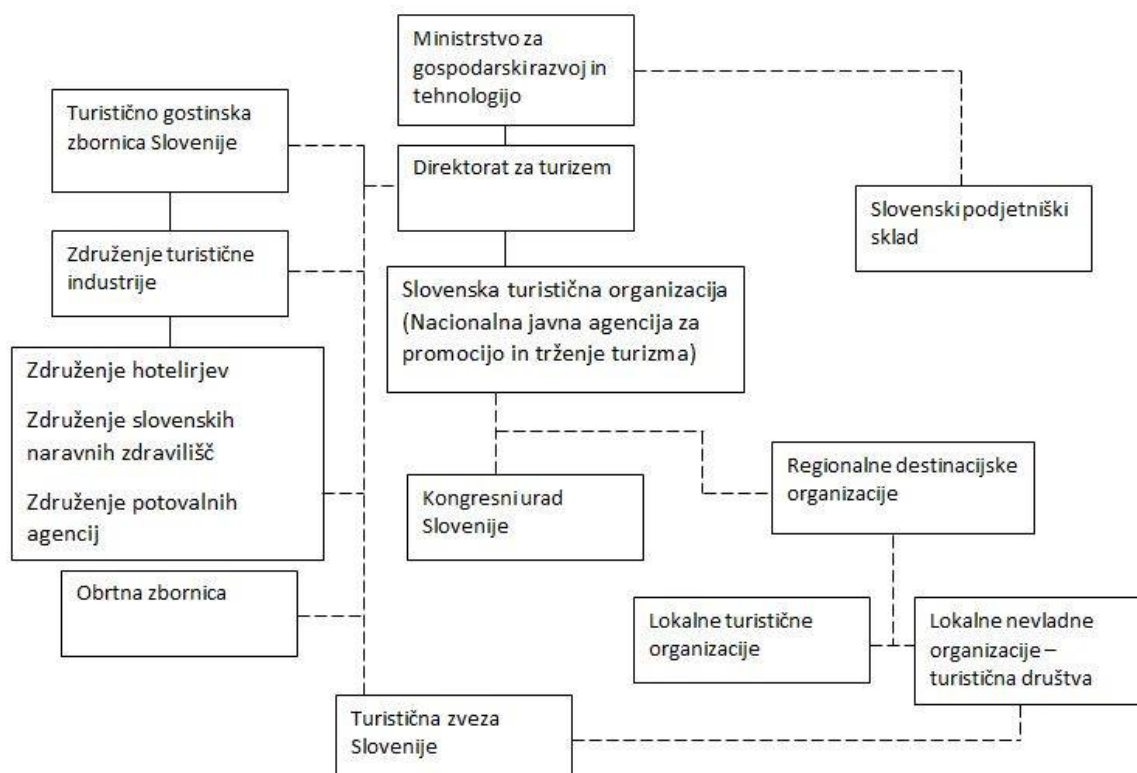
4.4 Primerjava upravljanja in financiranja naložbene politike v Sloveniji, Avstriji in na Hrvaškem

Glede na to, da zaključna naloga obravnava naložbeno politiko v slovenskem turizmu, je na sliki 4 prikazana shema organiziranosti slovenskega turizma, v nadaljevanju pa je primerjava s Hrvaško in Avstrijo samo opisana, podrobnejše sheme slikovno niso predstavljene.

Najpomembnejšo vlogo v Sloveniji na področju izvajanja nacionalne turistične politike kot dela splošne gospodarske politike predstavlja MGRT. Strateško načrtovanje slovenske politike je odraz partnerstva med zasebnim in javnim sektorjem ter nevladnimi organizacijami. Na lokalni ravni v skladu z nacionalno zakonodajo in strateškimi cilji je za razvoj v turizmu odgovoren občinski svet z županom. Turistična taksa oziroma turistični

nastanitveni davek gre neposredno v občinski proračun in je obenem tudi glavni finančni vir za razvoj lokalnega turizma, uporabi pa se ga v več namenov. V letu 2016 je turistična taksa v proračun prinesla 11,8 mio EUR. V letu 2017 je državni proračun za promocijo in razvoj turizma znašal 16,1 mio EUR, vključujoč 11,4 mio EUR za trženje in razvoj turizma ter 2,2 mio EUR za Slovensko turistično organizacijo. Evropska sredstva za nove projekte in razvoj turistične infrastrukture so v istem letu znašala 2,5 mio EUR (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2018, str. 266–267).

Slika 4: Prikaz organiziranosti slovenskega turizma



Prilagojeno po Organisation for Economic Co-operation and Development (2018, str. 267).

Organiziranost avstrijskega turizma se od hrvaškega in slovenskega turizma seveda razlikuje. Glede na to, da ima Avstrija devet zveznih dežel, imajo te tako zakonodajno kot izvršilno odgovornost glede turističnih zadev, zato tam veljajo tako zvezni kot tudi evropski zakoni, vseh devet zveznih dežel pa ima tudi svoje turistične proračune. Od lanskega leta je na nacionalni ravni za turistično politiko odgovorno Zvezno ministrstvo za trajnostni razvoj in turizem. Z letom 2018 se tako nov vladni program usmerja na izboljšanje poslovnega okolja ter nenazadnje teži k temu, da bi Avstrija postala še bolj konkurenčna turistična destinacija, med drugim tudi na račun zmanjšanja različnih ovir, kot so finančne in upravne ovire, pomanjkanje delovne sile itd. Pomembno vlogo igra Avstrijska banka za razvoj turizma. Avstrijska nacionalna turistična organizacija (v nadaljevanju ANTO) je zadolžena predvsem za tržne raziskave in trženje ter zagotavljanje informacij. V letu 2016 je nacionalni turistični proračun znašal približno 52 mio EUR. Od

tega zneska je 22,2 mio EUR bilo namenjenih Avstrijski banki za razvoj turizma, predvsem v namen, da se finančno podpre MSP-je, ministrstvo je namenilo 5,5 mio EUR individualnih subvencij. Nadalje je 24,1 mio EUR bilo namenjenih v proračun Avstrijskega nacionalnega turističnega urada. Sredstva so bila izplačana tudi v namen posojil, in sicer v višini 77,8 mio EUR (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2018, str. 125–126).

Glavni nosilec strategije razvoja hrvaškega turizma glede na strateški dokument do leta 2020 je podobno kot pri Sloveniji in Avstriji ministrstvo, in sicer Ministrstvo za turizem v sodelovanju s Službo za strateško načrtovanje, ki je del upravnega odbora za razvoj in konkurenčnost turizma. Od slovenske organiziranosti se Hrvaška med drugim razlikuje glede naprednejšega destinacijskega managementa (ang. Destination management organization, v nadaljevanju DMO), ki je usmerjen v finančno samozadostnost celotnega ozemlja Republike Hrvaške s povezovanjem prostorsko funkcionalne in produktivne celovitosti, kjer pripadnost določeni občini ni pogoj in ne nujnost. Pri upravljanju tega je vključeno tudi sodelovanje predstavnikov lokalnega prebivalstva LAG – lokalnih akcijskih grupa (Vlada Republike Hrvatske, 2013, str. 59–61). Sistem DMO je razdeljen na državno, lokalno in regijsko raven vodstva, ki je zastopana preko različnih organizacij, in sicer preko Hrvaške turistične organizacije, regijskih turističnih organizacij ter preko lokalnih turističnih pisarn. Od tega skupen proračun sredstva razdeli tako, da je približno 50 % namenjenih osrednji pisarni, 40 % jih je namenjenih za lokalno raven ter 10 % v okviru regijske ravni. V letu 2016 je ministrstvo za turizem namenilo 3,5 mio EUR v namene turizma, dodatnih več kot 3 mio EUR jih je namenila nacionalna turistična zbornica Hrvaške (Konzorcij CPOEF in Horwath HTL, 2017, str. 178–180).

Organiziranost turizma se torej glede na tri države razlikuje. Problem, ki se pojavi v Sloveniji, je, da sistem destinacijskega managementa ni jasno opredeljen in podprt z zakonom. Neučinkovitost se kaže na tem področju, da so bile turistične destinacije povezane z občinami, kot smo videli, v primeru Hrvaške temu ni tako. Predvsem se pojavi problem, da se prihodki iz turističnih taks pri nas velikokrat uporabijo za vlaganje v neturistično infrastrukturo, saj zakon tu daje le nek splošen okvir. Velik problem glede destinacijskega managementa in znotraj njega regionalnega koncepta se tudi pojavi zato, ker je vertikalna povezava na eni strani med lokalno ravno ter na drugi strani med nacionalno ravno šibka oziroma nezadostna. Pomembno bi tako bilo preurediti vrsto pristojnosti, da bi destinacijski management pri nas deloval. Hrvaška je za to primer dobre prakse, saj se je ta model v preteklosti uspešno obnesel, seveda pa se možnost izboljšave kaže predvsem v večji skladnosti z globalnimi standardi (Konzorcij CPOEF in Horwath HTL, 2017, str. 49). Avstrija se pomena destinacijskega managementa zaveda, saj v strategiji za Dunaj opredeljuje, da ni mogoče ustvariti močnega turizma brez uspešnega mesta in obratno, razvije se lahko samo destinacija, ki ima poseben izbor partnerstev in akterjev iz različnih področij (Vienna Tourist Board, 2014). Morda prav ta vidik

povezanosti, složnosti in enotnosti manjka slovenskemu turizmu. Tako v Avstriji kot tudi na Hrvaškem pomembno vlogo igra nacionalna banka za razvoj turizma.

5 UGOTOVITVE GLEDE ANALIZ NALOŽBENE POLITIKE

Gospodarska kriza znotraj Evropske unije je med drugim povzročila tudi umirjeno investicijsko politiko, kar je zamajalo tudi slovensko stabilnost v gospodarski blaginji. Raziskava, ki je bila narejena leta 2017, je pokazala, da so tuji investitorji kar 11 od preučevanih ovir izmed 16 v Sloveniji označili kot pomembne, med njimi ovire na področju uveljavljanja zakonodaje, učinkovitosti javne uprave, majhnosti/nefleksibilnosti, korupcije in vmešavanja politike ter administrativnih postopkov.

Slovenija je od osamosvojitve naprej sprejela pet dokumentov na področju turizma. Lahko opazimo, da so zaviralni faktorji v tem okviru skozi vsa leta sicer bili prepoznani in identificirani, a vendar vidnega napredka ni, saj se ovire skozi leta samo ponavljajo. Slednje se skozi vsa ta leta kažejo v zanemarjanju t. i. mehkih razvojnih elementov, nadalje administrativne ovire, zamuda v procesu privatizacije, premalo spodbud za razvoj novih naložb in šibka naložbena politika ter nenazadnje pomanjkanje aktivne naložbene politike turističnega sektorja.

Nedavno sprejet zakon, ki se dotika spodbujanja načrtovanja in izvajanja razvoja turizma na državni ravni in na ravni turističnega območja, predstavlja za slovenski turizem pomemben korak. Ministrstvu, pristojnemu za turizem, opredeljuje razvojne spodbude za različna področja, sredstva, namenjena tem področjem pa se črpajo iz namenskih sredstev proračuna RS iz koncesijskih dajatev ter nenamenskih sredstev iz proračuna RS. Turistično območje (zaokroženo geografsko območje ene ali več občin z namenom ponujanja integralnega turističnega proizvoda) je v rokah občin, ki sredstva zagotavljajo iz občinskega proračuna.

Predvidena finančna sredstva za strateško obdobje v turizmu med leti 2017–2021 znašajo v skupni vrednosti 120.835.528 EUR za vsa obdobja, dodatnih 20.000.000 EUR pa je predvidenih povratnih sredstev. Na področju nastanitev, turistične infrastrukture ter s tem povezanih naložb je največ sredstev v štiriletnem obdobju namenjenih prestrukturiranju hotelskih podjetij v državni lasti, oblikovanju naložbene kreditne linije, zagotovitvi nepovratnih sredstev za lokalno razvojno infrastrukturo ter varstvu kulturne dediščine. Nekaj manj sredstev pa je predvidenih identifikaciji 15 do 20 ključnih projektov, oblikovanju naložbenih promocijskih knjižic ter oblikovanju master planov za makro regije.

Primerjava Slovenije s Hrvaško in Avstrijo glede turističnih kazalnikov prikazuje, da je turizem za Hrvaško najpomembnejši sektor, saj k celotnem BDP-ju prispeva kar 24.4 % (v Avstriji 15.4 % ter v Sloveniji 12.3 %). Delež vpliva potrošnje mednarodnih obiskovalcev na izvoz je zopet najvišji pri Hrvaški, ta znaša 39.6 %, v Avstriji precej manj, in sicer 9.7

%, v Sloveniji pa najmanj v primerjavi s tema dvema državama, saj pri nas znaša le 7.0 %, kar pomeni, da so v ospredju tudi druge izvozne industrije.

Nadalje Indeks konkurenčnosti na področju turizma 2017 v poročilu s podrobno analizo 136 držav širom sveta in preučevanimi 90-imi kazalniki Slovenijo glede na te uvršča na 41. mesto, Hrvaško na 32. mesto ter Avstrijo na 12. mesto. Vsi ti podatki in analize znotraj kazalnikov (stebrov) kažejo, da ima Slovenija še veliko manevrskega prostora in da lahko izboljša in odpravi določene ovire tudi znotraj naložbene politike, da bo ta v prihodnje lahko še bolj zaživel. Dobro se uvrščamo glede pristaniške infrastrukture ter časa, potrebnega za pričetek posla in stroškov odprtja podjetja. Glede pomena, ki ga država namenja turizmu, pa se nahajamo šele na 98. mestu, Avstrija pa daleč spredaj na 21. mestu in Hrvaška na 46. mestu, kar odraža sliko stanja turizma pri nas.

Avstrija strateške pobude glede naložb podpira z Avstrijsko banko za razvoj turizma, ta pa upravlja z MSP-programi financiranja in obenem nudi ugodna posojila. S subvencijami podpira vodilne turistične projekte različnih deležnikov na ravni destinacije. Glede financiranja novost oziroma mejnik predstavlja zakon o alternativnem financiranju ter ustanovitev platforme za množično financiranje "we4tourism" z namenom, da se v turizmu razširi možnost dostopa do financiranja. Slovenske strateške pobude težijo k zagotovitvi ugodnega naložbenega okolja tako kot v Avstriji, podobno pa tudi Slovenija – tako kot Avstrija – spodbuja razvoj MSP in njihovo konkurenčnost. Tako kot Slovenija pa je tudi Hrvaška v preteklosti zaradi vseh ovir in zamude v privatizaciji nekoliko zaostala za najuspešnejšimi državami. Podobnost predstavljajo tudi v slovenski strategiji opredeljene naložbene knjižice, ki jih lahko najdemo tudi v hrvaški strategiji, in sicer katalog hrvaških turističnih investicij v različnih fazah. Hrvaška sledi Avstriji na področju krepitve razvojne banke z namenom, da se spodbuja razvojne projekte.

Razliko med državami je mogoče opaziti tudi na področju upravljanja in organiziranosti turizma ter financiranju naložbene politike. V Sloveniji glede izvajanja nacionalne turistične politike predstavlja najpomembnejšo vlogo MGRT. Organiziranost avstrijskega turizma je drugačna, saj ima Avstrija devet zveznih dežel, ki imajo tako zakonodajno kot tudi izvršilno odgovornost glede turističnih zadev, zato morajo upoštevati zvezne in evropske zakone. Z lanskim letom je na nacionalni ravni za turistično politiko glavno vlogo prevzelo Zvezno ministrstvo za trajnostni razvoj in turizem. V okviru hrvaškega turizma je glavni nosilec strategije razvoja Ministrstvo za turizem v sodelovanju s Službo za strateško načrtovanje. Od slovenske organiziranosti se hrvaška med drugim razlikuje glede naprednejšega destinacijskega managementa, ki je usmerjen v finančno samozadostnost celotnega ozemlja Republike Hrvaške. Slovenski destinacijski management je premalo natančno opredeljen in premalo podprt z zakonom. Problem se skriva tudi v nepravi uporabi turističnih taks ter šibki in nezadostni vertikalni povezavi med lokalno ravnanje in nacionalno ravnanje.

SKLEP

Podobno kot slovenski, v osnovi tudi hrvaški turizem še vedno zaznamujejo določeni dejavniki iz preteklosti, med katerimi lahko najdemo tudi nezadostno investicijsko dejavnost ter obenem neustrezno turistično infrastrukturo, nasprotno pa se avstrijska turistična politika nahaja na samem vrhu v Evropi. Kljub zamudi v privatizaciji in vsem drugim težavam ima slovenski turizem pred seboj svetlo prihodnost, če bo primerno organiziran in sposoben vključiti sodelovanje vseh deležnikov ter se morda naslonil na dobre prakse primerjanih držav.

Če želimo, da bo naložbena politika uspešna, je treba poleg dobre organiziranosti turizma in sodelovanja različnih deležnikov med seboj, tudi pravilno razporediti sredstva med različna področja in tako ustvariti poslovno okolje, ki bo za investitorje privlačno in bo obenem omogočalo nemoteno investiranje, brez administrativnih in drugih ovir, ki zavirajo naložbeno politiko pri nas.

LITERATURA IN VIRI

1. Beier, M. & Wagner, K. (2014, 9. november). Crowdfunding success of tourism projects. Evidence from Switzerland. SSRN. Pridobljeno 10. maja 2019 iz https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2520925
2. Borštnik, B. (2017, 22. marec). Množično financiranje (crowdfunding). *Mladi podjetnik*. Pridobljeno 9. maja 2019 iz <https://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/pridobivanje-sredstev/mnozicno-financiranje-crowdfunding>
3. Dwyer, L., Forsyth, P. & Dwyer, W. (2010). *Tourism economics and policy*. Bristol, Buffalo, Toronto: Channel View Publications.
4. European Investment Bank. (2016). *Breaking down investment barriers at ground level*. Luxembourg: European Investment Fund.
5. Hall, C. M. (2011). A typology of governance and its implications for tourism policy analysis. *Journal of sustainable tourism*, 19(4-5), 437–457.
6. Jaklič, A., Koleča, I. & Rojec, M. (2017). *Tuji investitorji o slovenskem poslovnem okolju 2017*. Ljubljana: Javna agencija RS za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije.
7. Konzorcij CPOEF in Horwath HTL. (2017). *Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021*. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo.
8. Kovač, B. (2002). *Strategija slovenskega turizma 2002–2006*. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo.
9. Loungani, P. & Razin, A. (2001). How beneficial is foreign direct investment for developing countries? *IMF finance & development magazine*, 38(2), 6–9.
10. Mihalič, T. (2008). *Turizem: ekonomski vidiki*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
11. Organisation for Economic Co-operation and Development. (2018). *Towards investment and financing for sustainable tourism 2018*. Paris: OECD Publishing.

12. Repe, B. (2008). *Sto let organiziranega delovanja turističnega gospodarstva na Slovenskem*. Ljubljana: GZS.
13. Sabljčič, N. (2018, 18. maj). Statistični urad Republike Slovenije. *Tudi leto 2017 rekordno za slovenski turizem: 12,6 milijona prenočitev turistov ali 13 % več kot v letu 2016*. Pridobljeno 15. maja 2019 iz <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/7411>
14. Slovenska turistična organizacija. (2018). *2017 Turizem v številkah*. Pridobljeno 1. junija 2019 iz https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/tvs/tvs_turizem_v_stevilkah_2017.pdf
15. Stanovnik, P., Uršič, S., Drnovšek, M. & Rangus, K. (2017). *Indeks konkurenčnosti turizma 2017 Slovenija*. Ljubljana: STO.
16. Statistics Austria. (brez datuma). *Arrivals, overnight stays*. Pridobljeno 5. maja 2019 iz https://www.statistik.at/web_en/statistics/Economy/tourism/accommodation/arrivals_overnight_stays/index.html
17. Tisdell, C. A. (2013). *Handbook of tourism economics: analysis, applications, and case studies*. Singapur: B & Jo Enterprise Pte.
18. Uran, M., Ovsenik, R., Ovsenik, M., Jerman, J., Radić, S., Kalčič, M. & Batagelj, G. (2006). *Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007–2011*. Portorož: Turistica – Visoka šola za turizem.
19. Vidmar, M. (2016, 15. september). Kašna je prihodnost fintecha v Sloveniji. *Finance.si*. Pridobljeno 10. maja 2019 iz <https://posel2030.finance.si/8849069>
20. Vienna Tourist Board. (2014). *Tourism strategy 2020*. Vienna: Vienna Tourist Board.
21. Vlada Republike Hrvatske. (2013). *Prijedlog strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*. Zagreb: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske.
22. Vlada Republike Slovenije. (2012). *Strategija razvoja slovenskega turizma 2012–2016*. Ljubljana: Vlada Republike Slovenije.
23. World Economic Forum. (2017). *The travel & tourism competitiveness report 2017*. Geneva: World Economic Forum.
24. World Tourism Organization. (2011). *Tourism satellite account – why do we have it and that does it do?* Pridobljeno 22. maja 2019 iz http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_tsa_1.pdf
25. World Travel and Tourism Council. (2015). *European travel & tourism: where are the greatest current and future investment needs?* London: World Travel and Tourism Council.
26. World travel and Tourism Council. (brez datuma a). *Austria, 2019 annual reserach: key highlights*. London: Oxford Economics.
27. World travel and Tourism Council. (brez datuma b). *Croatia, 2019 annual reserach: key highlights*. London: Oxford Economics.
28. World travel and Tourism Council. (brez datuma c). *Slovenia, 2019 annual reserach: key highlights*. London: Oxford Economics.

PRILOGE

Priloga 1: Podatki glede na indeks konkurenčnosti za leto 2017

Tabela 1: Predstavitve izbranih stebrov in indikatorjev

Država	Slovenija	Hrvaška	Avstrija
	Mesto na lestvici turistične konkurenčnosti 2017 (izmed 139 držav)		
1. Steber: Poslovno okolje	80	114	34
Lastninske pravice	63	114	13
Vpliv predpisov na neposredne tuje investicije	106	108	21
Učinkovitost pravnih okvirov pri reševanju sporov	89	132	23
Predpisi in njihovo onemogočanje zasebnih podjetij	88	129	24
Čas potreben za pridobitev gradbenega dovoljenja	113	57	112
Stroški potrebni za pridobitev gradbenega dovoljenja	80	120	54
Prevlada določenih podjetij na trgu	27	105	7
Čas potreben za pričetek posla	40	40	99
Stroški odprtja podjetja	1	69	7
Učinki obdavčenja na investicije	121	132	118
2. Steber: Varnost	17	24	14
Vpliv kriminala in nasilja na stroške podjetja	14	19	22
Zanesljivost policijskih storitev	36	49	17
Stroški podjetij povezani s terorističnimi grožnjami	24	13	35
4. Steber: Človeški viri in trg dela	38	85	9
Obseg usposajanja zaposlenih	47	120	11
Težavnost iskanja usposobljenih delavcev	46	106	17
Težavnost zaposlovanja tujih delavcev	99	126	77
Plača in produktivnost	69	66	32
6. Steber: Pomembnost turizma	47	77	19
Pomen, ki ga daje država turizmu	98	46	21
Državni izdatki za turizem	43	116	39
Celovitost letnih turističnih podatkov	6	32	53
Ocena strategije »brandinga«	25	105	11
11. steber: Infrastruktura kopenskega prometa in pristaniška infrastruktura	20	46	12
Kakovost cestne infrastrukture	51	18	8
Kakovost železniške infrastrukture	55	64	12
Kakovost pristaniške infrastrukture	31	45	74
12. steber: Turistična infrastruktura	25	6	1
Število hotelskih sob na 1000 preb.	31	11	5

se nadaljuje

Tabela 1: Predstavitve izbranih stebrov in indikatorjev (nad.)

Država	Slovenija	Hrvaška	Avstrija
	Mesto na lestvici turistične konkurenčnosti 2017 (izmed 139 držav)		
13. steber: Naravni viri	42	20	29
Število naravnih znamenitosti v okviru Unescovega seznama svetovne dediščine	46	46	88
Privlačnost naravnega okolja	44	40	8
14. steber: Kulturni viri in poslovna potovanja	92	39	29
Število kulturnih znamenitosti v okviru Unescovega seznama svetovne dediščine	75	30	22

Prerejeno po Stanovnik, Uršič, Drnovšek & Rangus (2017); World Economic Forum (2017).

Priloga 2: Predvidena finančna sredstva za nastanitve, turistično infrastrukturo in naložbe glede na strateško obdobje 2017- 2021 v Sloveniji

Tabela 2: Predvidena finančna sredstva za obdobje 2017- 2021 v Sloveniji

Politike - ukrepi-aktivnosti	Pristojni organi	Podprogram	2017	2018	2019 (ocena)	2020 (ocena)	2021 (ocena)	SKUPAJ
1. Prestrukturiranje hotelskih podjetij v državni lasti, ki vključujejo naložbeni načrt in načrt upravljanja								
1.1 Izvedba podrobne finančne analize	MGRT, SDH, MF	Trženje in promocija turizma	0	100.000	100.000	100.000	100.000	400.000
2. Nove naložbe v hotelske in letoviške zmogljivosti								
2.1 Identifikacija od 15 do 20 ključnih projektov za razvoj hotelov in letovišč	MGRT	Trženje in promocija turizma	0	20.000	0	0	0	20.000
2.2 Oblikovanje naložbenih promocijskih knjižic	SPIRIT- MGRT	Trženje in promocija turizma	0	10.000	0	0	0	10.000
3. Strateški naložbeni projekti								
3.1 Oblikovanje akta za strateške projekte v turizmu	MGRT		0	0	0	0	0	0 (brez finančnih posledic)
4. Spodbujevalne sheme za razvoj turističnega in hotelskega sektorja								
4.1 Oblikovanje naložbene kreditne linije, namenjene turističnim podjetjem	MGRT	Trženje in promocija turizma	0	0	0	10.000. 000 (povratna sredstva)	10.000. 000 (povratna sredstva)	20.000. 000
4.2 Sistem črpanja nepovratnih sredstev za turizem	Vlada RS, MGRT		0	0	0	0	0	0 (sredstva so všteta pod točko 7).

se nadaljuje

Tabela 2: Predvidena finančna sredstva za obdobje 2017- 2021 v Sloveniji (nad.)

Politike - ukrepi-aktivnosti	Pristojni organi	Podprogram	2017	2018	2019 (ocena)	2020 (ocena)	2021 (ocena)	SKUPAJ
5. Pospeševanje razvoja malih in srednjih podjetij								
5.1 Sistem nepovratnih sredstev za mala in srednja podjetja	MGRT		0	0	0	0	0	0 (sredstva so všteta pod točko 7).
5.2 Ugodne kreditne linije za mala in srednja podjetja	MGRT		0	0	0	0	0	0 (sredstva so všteta pod točko 4.1).
6. Master plani in tržni načrti za makroregije								
6.1 Oblikovanje individualnih master planov za makroregije	MGRT, STO, LTO-ji, zunanji eksperti	Trženje in promocija turizma	0	150.000	0	0	0	150.000
6.2 Oblikovanje načrtov trženja za makroregije	MGRT, STO		0	0	0	0	0	0 (izvedba s kadri STO)
7. EU- sredstva/nacionalna sredstva za izboljšanje turistične infrastrukture								
7.1 Zagotoviti nepovratna sredstva na državni, lokalni in EU ravni za naložbe v turistično infrastrukturo	MGRT	Lokalno razvojna infrastruktura	0	1.500.588	4.503.012	0	0	6.003.600
7.2. Zagotoviti nepovratna sredstva na državni, lokalni in EU ravni za naložbe v turistično infrastrukturo	MK	Varstvo kulturne dediščine, arhivska in knjižnična dejavnost; Umetnostni programi	3.790.194	7.282.357	3.495.917	4.742.721	4.719.139	24.030.328

se nadaljuje

Tabela 2: Predvidena finančna sredstva za obdobje 2017- 2021 v Sloveniji (nad.)

Politike - ukrepi-aktivnosti	Pristojni organi	Podprogram	2017	2018	2019 (ocena)	2020 (ocena)	2021 (ocena)	SKUPAJ
7.3 Večje črpanje EU-sredstev za vlaganja v neopredmetene vire v turizmu	MGRT	Učinkovito trženje in promocija	1.800.000	4.200.000	4.300.000	0	0	10.300.000
7.4 Večje črpanje EU-sredstev za vlaganja v neopredmetene vire v turizmu	MK	Založništvo	270.000	740.000	1.040.000	1.040.000	1.990.000	5.080.000
8. Pametna mobilnost								
8.1 Vključevanje javnega potniškega prometa v turistično ponudbo Slovenije	MZI		0	0	0	0	0	0 (Sredstva so del izvajanja Gospodarske javne službe in se ne vodijo ločeno. Pokrito znotraj aktivnosti Direkcije RS za Infrastrukturo)
8.2 . Projekti umirjanja prometa v destinacijah in razvoj alternativnih rešitev	MZI in Občine		0	0	0	0	0	0 (Pokrito znotraj aktivnosti Direkcije RS za Infrastrukturo)

Prerejeno po Konzorcij CPOEF in Horwath HTL (2017).